预计2019年交易额达6035亿元，同比增长30.8%——

外卖生意越做越红火

经济日报·中国经济网记者 吉蕾蕾

透视

当前，持续快速增长的外卖市场成为国内餐饮业的一大亮点，同时也成为消费升级的一大推动力。外卖的发展，不仅方便了百姓生活，也推动了餐饮产业内部线上线下的融合发展，拓宽了消费应用场景，创造了大量就业机会，为整个餐饮行业发展注入了新动能——

近日，美团研究院和中国饭店协会联合发布了《中国外卖产业调查研究报告》。《报告》显示，在2018年交易额4613亿元的基础上，2019年外卖规模预计将达6035亿元，增幅将达30.8%，外卖产业的快速发展为整个餐饮行业注入了新动能。

市场规模持续提升

数据显示，2019年前三季度，我国外卖产业交易额分别为1200亿元、1430亿元、1790亿元，第三季度环比增长25.2%。与此同时，外卖订单量也持续上涨。以美团外卖为例，第三季度，美团外卖日均订单量达2680万单，同比增长38.1%。订单量的持续增长表明，外卖在消费中的作用进一步凸显，且外卖市场仍有巨大的增长潜力。

随着市场规模的持续快速增长，外卖产业的渗透率继续提升。2018年，我国外卖产业的渗透率为10.8%，到2019年第三季度，外卖产业的渗透率提升至15.9%。预计，2019年全年外卖产业渗透率将达14.2%，相比2018年提升3.4个百分点。

从消费品类情况来看，餐食仍是外卖订单的主要消费品类。基于餐饮外卖用户习惯养成的同时，又催生出很多非餐品的配送场景和需求。如今，随着配送效率的不断提升，外卖服务已经从餐饮美食外溢到生活超市、生鲜果蔬、鲜花绿植、美妆、日用品、服饰鞋帽和母婴产品等多个生活场景，甚至实现了全时段配送服务。通过外卖满足甜品和水果等日常性需求、蛋糕和鲜花等节日性需求，也正在成为国民新的消费习惯。

夜经济是城市活力的晴雨表。在外卖品类越来越丰富、配送越来越快捷、商户主动延长营业时间等因素的共同作用下，外卖消费时间已经从午高峰和晚高峰向全时段扩展，夜间消费订单占比明显提升。以今年前三季度来看，美团18时至次日6时的订单量占全天订单量的35.2%。

从餐饮向非餐饮跨越，是外卖产业快速增长的重要原因。中国连锁经营协会副秘书长王洪涛分析认为，得益于技术的升级和多场景跨越，餐厅信息、评价及交易不断迁移到互联网和手机端，让越来越多的新消费需求变为可能，共同推动了外卖产业发展壮大。

生态边界不断扩大

“近年来，在技术发展和消费升级态势下，外卖正在从一个新模式升级为新业态。”美团研究院院长来有为分析说，外卖正从餐饮的“线上渠道”升级成为餐饮企业提升经营能力的必要手段。

比如，对于庆丰包子铺、护国寺小吃等这样的中华老字号品牌来说，上线外卖服务并非易事。

“护国寺小吃向来以店食为主，一开始对互联网外卖这种新业态保持非常谨慎的态度。直到不少年轻人打电话咨询能不能送外卖，才选择上线外卖服务。”北京华天京韵护国寺餐饮管理有限公司总经理曹淑琴告诉记者，开展外卖业务带来的最大惊喜就是拓展了门店的覆盖范围，挖掘了很多潜在用户。据统计，护国寺小吃外卖在营收中占比从最初的2%左右，已增长到12%。

外卖产业在快速发展中，也呈现出不少新趋势。比如，合理的膳食搭配就是其一。据统计，2019年前三季度，美团外卖轻食订单量同比增长102%，轻食作为一种健康饮食方式正受到越来越多消费者的欢迎。对此，美团高级副总裁兼到家事业群总裁王莆中表示，美团一方面联合政府、媒体、专业机构等聚合专业营养健康知识，另一方面通过对商户的经营指导加强对健康餐饮的知识普及，促进轻食、健康餐、儿童餐等多样化人群供给的蓬勃发展。

“经过多年发展，外卖正成为全时段、跨品类的消费场景，为餐饮和零售行业带来红利。”来有为表示，外卖以用户的即时洞察为核心，以大数据为驱动，围绕着本地生活服务平台打通线上和线下消费场景，线上实现交易闭环，线下通过即时配送完成交易履约，从而为更多用户提供从需求发起到商品验收的一站式服务。

行业潜力仍待释放

外卖产业的持续快速增长，不仅方便了民众生活，也推动了我国餐饮产业线上线下融合，拓宽了消费应用场景，创造了以外卖骑手、外卖配送站工作管理人员、外卖配菜人员、外卖运营规划师、线上餐厅装修师为代表的大量就业机会，为我国餐饮行业发展注入了新动能。

“可以说，我国外卖产业新业态发展仍有很大潜力。”王洪涛表示，一方面是因为我国的市场很大，特别是下沉市场还有很大发展空间；另一方面是随着互联网技术的发展，外卖会逐渐实现智慧化、个性化、专业化，这将是一个巨大的消费增量。

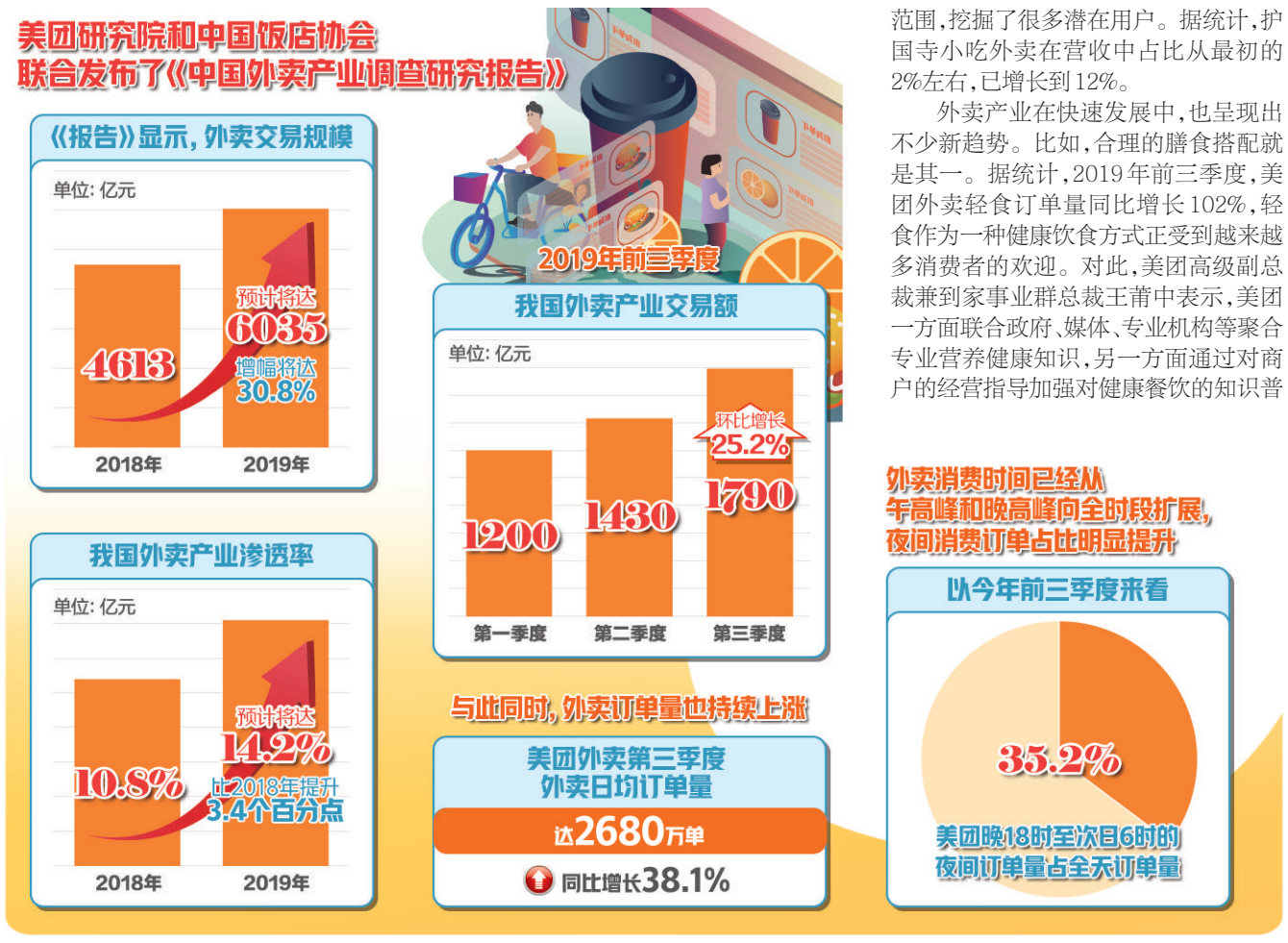
一组数据也充分印证了这一观点。据统计，目前，外卖用户数量只占网民用户总数的49%，接入互联网餐饮服务平台的餐厅只占我国餐厅总数的40%左右，不少中西部地区和三四线城市的外卖业务才刚刚起步。

随着竞争日益激烈，获客难成为困扰很多餐饮企业的一大难题。业内专家表示，餐饮企业要畅通线上线下渠道，整合线上线下资源，打造覆盖更多场景的整合营销方案。

“过去5年，外卖生态边界不断扩大，形成了一个在平台基础上连接用户、商户及配送，辐射供应链、共享厨房、外卖代运营等多元化服务的生态体系。”王莆中分析说，未来5年，美团将助力千万商家，打造“下一代门店”。

所谓“下一代门店”，就是把原来以店食为主的门店，通过软硬件改造和经营管理模式迭代，升级为同时具备线上线下运营能力和服务能力的门店。在这个过程中，外卖平台和服务商可以给商家提供一系列数字化能力，商家则可以将更多精力放在餐饮经营的主阵地，也就是把门店做好做强。

值得注意的是，外卖行业在实现繁荣发展的同时，也存在着一些不可忽视的隐患。“为消费者提供更加安全、放心的用餐体验，是外卖产业健康可持续发展的基石。”来有为表示，对网络餐饮治理要坚持“线上线下一致”的基本原则，特别是以小吃快餐为主、价格亲民的小餐饮，要对其实施备案登记管理并允许入网经营，这不仅有利于实现线下餐饮的许可管理全覆盖，也有利于实现线上餐饮许可管理的全覆盖。



市场瞭望

飞腾发布处理器安全平台架构标准——

国产芯片亟需构建新生态

本报记者 黄 鑫

在日前举行的2019飞腾生态伙伴大会上，中国工程院院士沈昌祥表示，面临日益严峻的国际网络空间形势，要立足国情、创新驱动，解决芯片核心技术受制于人的问题。

芯片产业投资大、回报慢，是个“烧钱”行业，国内自主芯片产品结构长期处于中低端，中国芯片的自给率一直很低。此次大会发布了《飞腾安全架构规范PSPA1.0》，提出了自主的处理器安全平台架构标准，定义了飞腾芯片安全相关的软硬件实现规范，目前已在多款飞腾CPU（中央处理器）芯片实现。天津飞腾信息技术有限公司总经理窦强介绍，飞腾的芯片产品谱系很全，包括高性能服务器CPU、高效能桌面CPU和高端嵌入式CPU三大系列，分别面向高性能计算、高性能服务器、高效能服务器、桌面、嵌入式应用五大领域，为从端到云的各型设备提供核心算力支撑。

值得注意的是，作为“后来者”的国产芯片要获得市场认可、亟待构建新生态体系。据了解，飞腾CPU基于开放体系的ARM架构，为构建生态体系打下了良好基础。此次大会上，长城、联想、浪潮、同方、曙光、紫光恒越等国内整机企业发布了基于飞腾芯片的计算机产品，涉及国内政务、企业办公、云计算、数据中心、金融等多个领域。

“CPU是芯片产业生态的根本。”中国信息通信研究院信息中心副主任苗占禄认为，随着CPU厂家逐渐增多，未来，这些系统转向外网、互联网后，会对产品稳定性、用户体验以及产业生态提出更高要求，国产芯片要实现更加密切的配合，才能共创美好未来。

在大会上，百度昆仑芯片总经理欧阳剑透露，旗下昆仑人工智能芯片正在适配国产飞腾服务器，做性能调优工作。腾讯云TStack首席架构师贺阮介绍说，目前，腾讯云平台、容器平台、政务微信、安全防范系统都已经成功迁移到了飞腾系统，此外，大量的数据库、大数据套件也在积极做适配，争取在2020年初完成向飞腾体系迁移的工作。

产业一线

告别国外进口

我国首条3mm超薄岩板生产线在鄂投产

本报讯 记者柳洁、通讯员高汉明报道：12月23日，我国第一条3mm超薄岩板生产线，在湖北洪湖市新滩经合区美好集团旗下美好超薄岩板生产基地正式投产。产品面世后，原进口价格1000元至3000元的超薄岩板，将降至几百元。该生产线不仅填补了我国3mm超薄大岩板生产的空白，同时也将拉动相关原材料生产，扩大就业，推进湖北板材产业迭代升级。

岩板是近两年家居领域兴起的“新贵”，它是由天然原料经过特殊工艺，借助万吨以上压机压制，经过1200摄氏度以上高温烧制而成。作为家居领域的新物种，岩板家居相比其他家居产品，具有耐磨刮、防渗透、零甲醛、环保健康等特性。

美好超薄岩板营销总裁詹宏伟介绍，该产品100%可回收，可广泛用于橱柜、衣柜等家居的门板和面板、整体卫浴、背景墙；可制作大型通风保温幕墙，大大降低建筑墙面的承重负荷等。

据悉，该超薄岩板生产线是洪湖新滩绿色建筑科技产业园中的一个子项目，整个绿色建筑科技产业园计划总投资50亿元，占地2300亩，主要生产装配式建筑、新材料、智能家居产品等。

“一带一路”倡议提供众多对外合作机遇——

国产粮机“出海”谋发展

本报记者 刘 慧

行业观察

如今，我国粮机企业不断发展壮大，粮机市场已经从增量市场转为存量市场，国内竞争趋于激烈，企业需要不断开拓国际市场，“一带一路”倡议为我国粮机企业“走出去”和开展对外合作提供了机遇——

日前，在中国粮食行业协会主办的推进“一带一路”现代农业和粮食安全发展合作高峰论坛暨全国放心粮油供应网络建设经验交流会上，与会专家认为，“一带一路”倡议为粮机企业提供了更多的对外合作机遇，一大批国内粮机企业走出国门，在对外合作中形成较强的竞争优势。

我国是粮食生产大国和消费大国，也是储存粮食、运输粮食和加工粮食最多的国家。多年来我国投入大量的人力、财力、物力加大对粮食生产、储藏、检测和加工等设备的技术研发，取得了较好成果。目前，我国粮食生产、储藏、检测和加工设备不仅技术含量高，而且具有价格竞争优势，在“一带一路”沿线市场很受欢迎。色选机、自动包装机甚至引领世界潮流，在世界市场有着很高的占有率。

比如，合肥泰禾光电科技股份有限公司研发生产的大米、杂粮、茶叶、果蔬分级等农产品智能分选设备和码垛机器人、自动装车等智能装备产品已经销往亚洲、北美洲、欧洲、非洲、大洋洲等众多国家和地区，海外销售额已占其总销售额的45%。安徽捷迅光电公司生产的色选机有自主研发的独特技术，出口到几十个国家和地区。又如，江苏丰尚集团（原牧羊集团）生产的粮食和饲料储藏及加工设备出口到120多个国家和地区，其中对“一带一路”沿线国家的出口约占78%。

我国粮机企业技术水平为什么提升这么快？中国投资协会副会长刘韧认为，主要是因为国内粮机企业非常重视科技研发投入、研发队伍建设和技术创新，加强核心技术攻关，实现重要技术突破。江苏丰尚集团每年将销售收入的5%作为研发经费，研发人员占员工总数的比例超过20%，申请各类专利累计超过1000多件；江苏天瑞检测仪器公司的研发人员约占公司员工总数的30%，2017年投入研发经费6400万元，约占销售收入的10%。正是由于这些企业的产品具有技术优势和价格优势，为企业开展对外合作创造了有利条件。

据了解，“一带一路”沿线国家大多是农业国，有些国家在粮食储藏、检测、加工等方面的技术和设施比较落后，随着一些国家农业生产水平提高，粮食产量不断增加，需要储存的粮食也不断增加，许多国家开始引进国外粮食生产、储藏、检测、运输和加工等方面的技术和设备。

面对机遇，国家粮食和物资储备部门坚持以开放发展理念拓展企业发展空间，推动粮食精深加工产品和粮食仓储设施、机械设备、储粮技术“走出去”。然而，我国粮机企业“走出去”还处于起步阶段，缺乏国际市场竞争经验和国际化经营人才，面临跨国企业强有力的竞争，以及所投资国政策和社会环境变化等风险。

对此，刘韧认为需要有关部门、行业协会、商会和粮农企业共同努力，务实合作，积极进取。第一，农业部门有关协会、粮食行业协会等应积极组织粮农企业开展对外交流，有重点有目标地帮助有关粮农企业做好对接工作。第二，开展对外合作的粮农企业要做好前期工作，认真吸取我国已经走出去对外合作企业的经验和教训。第三，国家有关部门应采取措施支持粮农企业的对外合作，并采取优惠政策。第四，积极培养和吸引懂专业、熟悉国外情况、外语好的复合型人才，可采取股权激励等措施。第五，有关部门应鼓励和引导建立海外粮农产业园，鼓励粮农企业发挥各自比较优势，支持大企业带动中小配套企业、先行企业带动后来企业联合开展对外合作，采取务实措施，帮助粮农企业对外合作取得成效。

奇瑞新能源项目入驻

青岛打造新能源汽车产业基地

本报讯 记者刘成报道：12月20日，青岛即墨区与奇瑞控股集团在山东济南签订战略合作协议，正式宣告奇瑞新能源汽车项目落户即墨区。这是继北汽新能源、一汽解放、上汽通用五菱、一汽大众4家新能源整车企业后，加盟青岛的第5家新能源整车企业。至此，青岛新能源汽车形成了“五擎”驱动格局。

“青岛正抢抓新能源汽车产业跨越赶超的重大历史机遇，我们一起携手把青岛打造成全球最大的新能源汽车生产基地。”山东省委常委、青岛市委书记王清宪表示。

目前，青岛新能源汽车建成产能近50万辆，拥有北汽新能源、一汽解放、上汽通用五菱、一汽大众4家新能源整车企业。此外，国轩电池、力神电池、特锐德电气、乾运高科新材料等188家规模以上汽车零部件企业，也在青岛形成集聚发展的良好态势。青岛已成为我国新能源汽车生产规模最大的城市之一，并正在建设新能源汽车“国际客厅”，让有应用需求的企业、地方政府等在青岛就能找到世界上最先进的技术、最成熟的方案。

今年，青岛还发布了《加快新能源汽车产业发展若干政策措施》，涉及不少优惠政策。比如，对总投资30亿元以下，新获纯电动汽车、燃料电池汽车整车投资项目备案并经工业和信息化部核准的整车项目，自正式投资协议签订后3年内实现投产的，对生产乘用车的企业，给予1亿元一次性奖励。

本版编辑 王薇薇 李 景